

東瀬戸内をつなぐ経済情報誌

2016 JULY

MONTHLY マンスリー REPORT レポート

7
Vol.39 No.462

◆景気動向

わが国の当面の経済展望

◆寄稿 シリーズ地方創生

地方創生と地域交通

◆調査

夏季ボーナス支給予定に関するアンケート調査

◆地域からの国際交流

イベント等を通し、住民同士の理解や交流を促進



第76回 徳永製菓

日本の四季と伝統を大切に、豆菓子を作り続けて147年

元岡山放送株式会社 特別顧問 入野 和生

「鬼は外、福は内」と大きな声を出し、毎年節分には日本各地の神社や仏閣で、年男・年女により豆まきが行われる。その歴史は奈良時代に全国で流行った疫病を平癒するために鬼儺おにやらいの儀式をしたのが始まりとされる。

室町時代（1400年代）に入ると、祈祷した豆を邪気に見立てた鬼の面をかぶった男にぶつけ、一年の無病息災を願う豆まきの行事に変化し一般庶民に広く普及した。現代の節分の行事は、その年の恵方に向かって巻き寿司を丸かじりすれば1年健康で幸せに過ごせるとされ、デパートやスーパーの店頭では巻き寿司が並べられている。また幼稚園などでは鬼の面をかぶった保育士に園児たちが豆をぶつける光景が見られるようになった。

宗教から始まった行事が、現代では大きなビジネスチャンスとなり、家族の楽しい行事に生まれ変わっている。

節分の豆まきを始め、日本の四季折々の行事や季節感を生かしながら、福山市の徳永製菓株式会社（以下株式会社省略）は豆菓子の製造・販売を150年近く営んできた。

◆徳永製菓の経営理念

《1. 私たちは、「おいしく、楽しく、体に良い」製品作りをし、自信をもってお客様に提供し続けていきます。また、そのことによって社会から信頼され、必要とされる企業になることを目指し、社会に奉仕します。

2. 私たちは、自ら求められる役割をよく理解し、一人ひとりが十分にその力を発揮できる職場を創り、より豊かな生活と自己成長を目指します。

3. 私たちは、伝統を守っていくと同時に、常にゼロ点ベースで発想し、よりよい方法・しくみを探求し、たゆまず変化し続けていくことによって企業の永続性と繁栄を手に入れます。》

経営理念は代々家業の不文律として伝わってきた社会への奉仕と、従業員自身が伝統を守りながら進化と変化をすることを柱に文章化した。週1回朝礼時に従業員と一緒に唱和し周知するようにしている。

◆会社概要と社長プロフィール

本社は福山市ふくやま胡町で、JR福山駅に近い商店街の一角。本社から道路を挟んだ向かいに黒い漆喰壁の本店舗がある。屋号『豆徳』の暖簾を潜ると店内はレトロな趣を見せ多くの豆菓子の商



本店外観と店内

品が並べられている。最近古い趣の店構えに若い人たちが増えた。同社は2010年（平成22年）ISO9001と高いレベルの品質管理の国際基準 HACCP の認証を受け、2016年（平成28年）にも消費者へ安全な食品を提供する国際規格 ISO22000 の認証も取得している。日本の豆菓子メーカーでは極めて珍しい。従業員は43人（パート従業員含む）。資本金は

3,000万円。売上高は約7億円(2016年5月期)。

事業内容は豆菓子と野菜・果物チップスの製造・販売と企画。主力商品は落花生や大豆をコーティングする加工豆で『豆徳』の自社ブランドで販売している。商品アイテムはOEMを含むと200を超すが、人気豆菓子のベスト3は『竹炭豆、抹茶みるく豆、黒胡麻とうふ豆』。



竹炭豆、抹茶みるく豆、黒胡麻とうふ豆

抹茶みるく豆は、静岡県や鹿児島県知覧町など『ご当地の抹茶』で人気を集めているが、同社はこの他に季節感や時代感覚を生かした商品が多い。

野菜・果物チップスは同社独自の技術で25年以上製造している。圧力を下げた特殊な釜を使うと低温で揚げるができるため組織が壊れにくく、ゴーヤの苦味やかぼちゃの甘味などを生かしパリッとしたチップスに仕上げている。商品はさつまいも、かぼちゃ、りんご、バナナなど15種類以上。2012年(平成24年)フジテレビのドラマ「結婚しない」の中で、主演の菅野美穂がビールと野菜チップスを食べながら「私これがあったら結婚なんていらない」のシーンより、売り上げがブレイク。野菜・果物チップスだけで約7億円近い売り上げとなり、全社売り上げのピークを記録した。



野菜・果物チップス

～県庁マンから転身し、売上倍増へ～

上迫豊社長は1966年(昭和41年)広島市生まれ。地元の高校を卒業し三重大学に進学し地理学を専攻、熱帯雨林の調査など環境分野の研究をした。在学中にはバックパッカー(低額予算の一人旅)でシルクロード、チベット、中近東旅行などを楽しんだ。経営者になってから無理とは理解しているが、「もし今

でも時間があれば2、3カ月のんびり一人旅をしたい気持ちになります」と笑顔を見せる。趣味は5年前から始めたテニス。家族は妻(同社取締役工場長)と1男2女の5人。



上迫豊社長

4年ほど広島県庁に勤め、1996年(平成8年)妻の実家の徳永製菓に入社した。当時、チャレンジ精神の強い先代社長隆茂は、まだ消費者に普及していなかったオーガニックのシリアル商品に参入。しかし需要が伸びずカナダからオーガニックの原料を輸入したものの、商品の販売不振が続き倉庫は原料の在庫の山となった。この時、金融機関から融資を打ち切れ債務超過となってしまったが、先代社長隆茂は増資で切り抜けた。入社早々の上迫豊は資金繰りに奔走する先代社長隆茂を見て、会社が破産するかもしれないと思った。



徳永隆茂

この経営難の時、先代社長隆茂は本業に戻り「なんとか他社にない商品を製造したい」と考えて商品開発したのが『竹炭豆』だった。当初のアイデアはイカ墨豆の開発を目指していたが、イカ墨を乾燥させると綺麗な黒色が出なかった。そこで竹炭の微粉末を入れてみると綺麗な色が出た。試食をお願いした近所の人から、「またあの豆を食べたい」と言われた。竹炭を微粉末にする業者を開拓し厚労省や保健所の許可も得て発売しようとした矢先、その業者が破産。それでも「竹炭豆は必ず売れる」と自信を持った先代社長隆茂は竹炭を微粉末にする業者を探し出し、2、3カ月遅れでやっと発売にこぎつけた。上迫豊が入社して6年目の春だった。

黒色の食品が敬遠されていたにも関わらず、

『竹炭豆』は食品業界のタブーを破り同社のヒット商品になった。

「この黒いのは何？」と消費者の話題もさらい、新たな観光・土産品店ルートの開拓も進んだ。当時、同社の豆の販売高は約6,000万円だったが、一気に3倍に押し上げた。

先代社長隆茂の商品開発した『竹炭豆』は経営難を救っただけでなく、同社の本業を見直すきっかけとなった。義父の下で上迫豊は同業他社に負けない独自の商品開発の大切さを学んだ。



竹炭豆

◆徳永製菓の歴史

～雑穀商、氷販売から豆菓子へ～

1869年（明治2年）、旧深安郡神辺町から出てきた徳永芳五郎により創業された。



福山城

明治新政府後の福山藩はかつての長州征伐で出費がかさみ膨大な借金を抱えていた。2年後の廃藩置県まで藩士の家禄を十分の一にし、藩札を元請け商人に発行するなどインフレ状態になっていた。

徳永芳五郎は生活や物の価値観が大きく変革する中で、豆類を中心に麦や粟などの雑穀類を扱った。朝早くから夜遅くまで店を開けて働き、大八車で山陰地区まで商品を出荷するほどに拡大していった。



大八車が並ぶ店頭

商いが順調な一方、妻マサとの間にもうけた5人の子供のうち後継者の長男権太郎が40歳の若さで死去するという悲しみに見舞われた。徳永芳五郎は2代目継承者として長女アキヨに婿養子徳助を迎えた。2代目を継承した徳助は義父芳五郎の期待に応え、新たな事業として1913年（大正2年）氷の取り扱いを始めた。氷は江戸から明治初期は一般には手

に入らない高価な品物で、主に医薬品か高級食材に使われ、静岡県富士湖畔か函館・五稜郭などから船で運搬されていた。昭和の時代に入ると氷の需要が大きく増え、同社は製氷工場を建設していく。氷部門は長男の源吉に任せられ、やがて本業から分離（現・尾道冷凍工業）されていった。

2代目徳助は3代目の継承者として長女のナカに婿養子松雄を迎える。しかし、松雄は40歳の若さで死去。妻のナカが4代目を継承し、戦中から戦後復興の厳しい時代に経営手腕を振るう。徳永ナカ



徳永ナカ

は長男新太郎と共に豆菓子を主力商品にした菓子店を福山市から広島県下へ、さらに岡山県下へも展開し、40店舗のチェーンストアとした。“トクナガの豆菓子おやつ大会”として度々統一キャンペーンセールを打ち、徳永のブランドを広めた。



水島店 & チラシ

また、日本人の食生活の洋風化を見越しパンの製造・販売を始めた他、一時スーパーストアにも進出した。

1952年（昭和27年）徳永製菓は法人化され、徳永ナカの長男新太郎が社長に就任。5代目徳永新太郎は女手一つで働く母親を早く手伝いたいと思い、笠岡商業高校を卒業後直ぐ店に入り働いた。徳永新太郎は徳永ナカの始めたパンの製造・販売が順調に成長すると福山製パンとして別法人化させた。また福山市に進出してきた日本鋼管（現JFE）の工場協力会社として福山栄養給食を設立するなど事業を拡大していったが、1969年（昭和44年）

病に侵され48歳で死去。広島県落花生組合理事長、福山菓子小売組合組合長など業界の世話役も務めた。



徳永新太郎

長男の死去の後、徳永ナカは再び経営の先頭に立って高度経済成長の下で事業を拡大し

ていった。やがて徳永ナカは経営の一線から身を引き、孫娘ひろみの夫隆茂が7代目を継承した。徳永ナカは早くして夫松雄と長男新太郎を亡くしたが、7代目隆茂の経営を見守るようにして1987年(昭和62年)黄泉の国へと旅立った。女の細腕で老舗豆徳の暖簾を守った93歳の人生だった。

現在同社の副社長の徳永ひろみは、「祖母ナカの頑張りこそが豆徳の永い暖簾を守り続けた中興の祖です」と語る。

◆NEXT100年へ

～新たな舵取りで、夢は世界へ～

日本の豆菓子の歴史は古い。遣隋使や遣唐使によって持ち込まれた大豆や小豆の粉を練ったもので味をつけた「からくだもの」に始まる。砂糖が輸入された江戸時代には砂糖飴の中に炒った豆を入れて固めた「かんかん糖」や「甘名納豆」が誕生するが、一般庶民の口が届くのは明治・大正の時代。この豆菓子の歴史の中で、同社は常に時代を睨んで進化してきたが、現在の上迫豊社長の経営の舵取りは最も大きな進化と変化を見せている。

“竹炭豆”以降の商品開発は目覚ましい。副社長徳永ひろみと取締役工場長で上迫豊社長の妻安代の二人が中心になって週に1回新作会議を開催している。スタッフは店舗、営業、製造などから選ばれた7、8名で進められ、毎回社員から提案されてきた10種類近いアイデアから絞り込み商品開発されていく。落花生に丸ごとペースト状にした広島産牡蠣を練りこんだ『牡蠣豆』、2種類のチーズを巻き込

み濃厚なチーズ味の『カマンベールチーズ豆』、国産黒大豆を塩麹味で仕上げた『塩麹黒豆』、この他にも土産品店や茶葉販売店用に『新茶の豆、おはぎ豆、桃豆』など季節感を出した商品も開発されている。

新作会議で誕生した商品は『黒胡麻とうふ豆』が第25回全国菓子大博覧会(姫路)で金賞、『さくら豆、抹茶みるく豆、竹炭豆』2010年(平成22年)豆菓子としては世界で初めてiTQi国際優秀味覚賞。同じ年にモンドセレクション銀賞のダブル受賞。『抹茶みるく豆、竹炭豆、牡蠣豆、ばらワイン豆』など人気商品を詰め合わせた“ひろしまみやげ(心)”は2016年(平成28年)に新!広島みやげグランプリ一般投票賞大賞に選ばれた。数々の受賞が社員のモチベーションを上げている。

上迫豊社長の求める変化は商品開発だけでなく、販路拡大にも目を向けている。2013年(平成25年)伊勢神宮外宮前に子会社伊勢豆徳を出店。式年遷宮やG7伊勢志摩サミット開催効果もあり、売り上げは予想以上の伸びを見せている。今後は京都や鎌倉などへも卸店とタイアップして出店を進める方向。また海外は同じ年にシンガポール高島屋で開かれた催事で人気商品となったのがきっかけで、バイヤーの目に留まり香港のスーパーでは常設売り場が設けられた他、現在は台湾、スイス、オーストラリアにも輸出している。

上迫豊社長は、数多くの商品開発と海外も含めた販路拡大路線を「150年、200年後も“豆徳”の暖簾を守り続けるための礎にしたい」と語る。同社には経営理念の他に、「世界最強の豆菓子屋を目指す」というビジョンがある。そのビジョンは上迫豊社長の熱い思いから掲げられたものだが、海外への販路拡大も一歩ずつ確実に歩んでいるように思う。

(敬称略)

参考文献

福山の歴史(村上正名)豆菓子(松浦裕子・『サライ』編集部)豆(法政大学出版局)日本経済新聞 中国新聞